



**USAID**  
DEL PUEBLO DE LOS ESTADOS  
UNIDOS DE AMÉRICA



**AGEXPORT**  
ASOCIACION GUATEMALTECA DE EXPORTADORES

**ENCADENAMIENTOS  
EMPRESARIALES**  
para la promoción de exportaciones

A graphic consisting of a horizontal chain of ten interlocking circles, positioned below the text.

**Proyecto USAID/AGEXPORT**

***Cooperative Agreement 520-A-00-05-00009-0***

**Informe de Actividades  
2006**

## **INDICE**

<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>3</b>
<b>ACTIVIDADES PRIMER TRIMESTRE .....</b>	<b>4</b>
<b>ACTIVIDADES SEGUNDO TRIMESTRE .....</b>	<b>10</b>
<b>ACTIVIDADES TERCER TRIMESTRE.....</b>	<b>19</b>
<b>EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA .....</b>	<b>26</b>
<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>27</b>

## INTRODUCCION

El Convenio Cooperativo No. 520-A-00-05-0009-00 suscrito entre AGEXPRONT y USAID, con una duración total de 24 meses (del 1 de Abril 2006 al 31 de marzo de 2008), tiene como objetivo principal el poder beneficiar a pequeños productores afectados por la Tormenta STAN de los departamentos de San Marcos, Sololá y sur de Huehuetenango a través del establecimiento de cadenas productivas y de inversiones orientadas a mejorar la competitividad de las empresas rurales.

En el primer trimestre se implementó el desarrollo de principales instrumentos de administración y ejecución del Programa de Encadenamientos.

En el segundo trimestre se tuvo un gran avance en los diagnósticos a Grupos Productores afectados por la tormenta STAN en los Departamentos de San Marcos, Sololá y Huehuetenango ya que se visitaron un total de treinta. Todos fueron identificados por nuestros aliados estratégicos como Intervida, Visión Mundial, Arrozgua, Maga, CRS, entre otros. Todos se presentaron en tres sesiones del Comité de Selección de Encadenamientos integrado por USAID, MINECO, SEGEPLAN y AGEXPRONT.

En el segundo trimestre se realizaron visitas de seguimiento a los grupos que fueron aprobados en el Primer Comité de Selección. Se realizaron varios contactos con Compradores de renombre en Guatemala por su prestigio como exportadores comprometidos con su cadena productiva y con un alto grado de responsabilidad social empresarial.

En el tercer trimestre de esta fase del Programa de Encadenamientos se continuó con la identificación de compradores potenciales interesados en productos y servicios de los doce grupos aprobados por el Comité del Programa. Se realizaron varias visitas a los grupos para recopilar información detallada de la disponibilidad de producción y variedades para consolidar una oferta al mercado nacional, regional o internacional.

También se realizó el lanzamiento del Programa de Encadenamientos al público en general con nuestros amigos de la cooperación USAID y DANIDA (Dinamarca). Entre estos eventos se participó en el II Encuentro con el Migrante, organizado por el Ministerio de Economía (MINECO) en donde se tuvo la oportunidad de conocer a varios con-nacionales interesados en invertir en Guatemala.

Un total de 96 miembros de los doce grupos aprobados participaron en la capacitación Inversión en Excelencia impartido por Lou Tice en Guatemala. Este evento lo que pretende es mostrar que la barrera más grande que tenemos para alcanzar nuestras metas es nuestra propia mente.

En este período se tuvo un nuevo acercamiento a profundidad con los grupos aprobados preparando con sus directivas los documentos de diagnósticos, planes de negocio, y los detalles de las acciones a ejecutar con los encadenamientos empresariales.

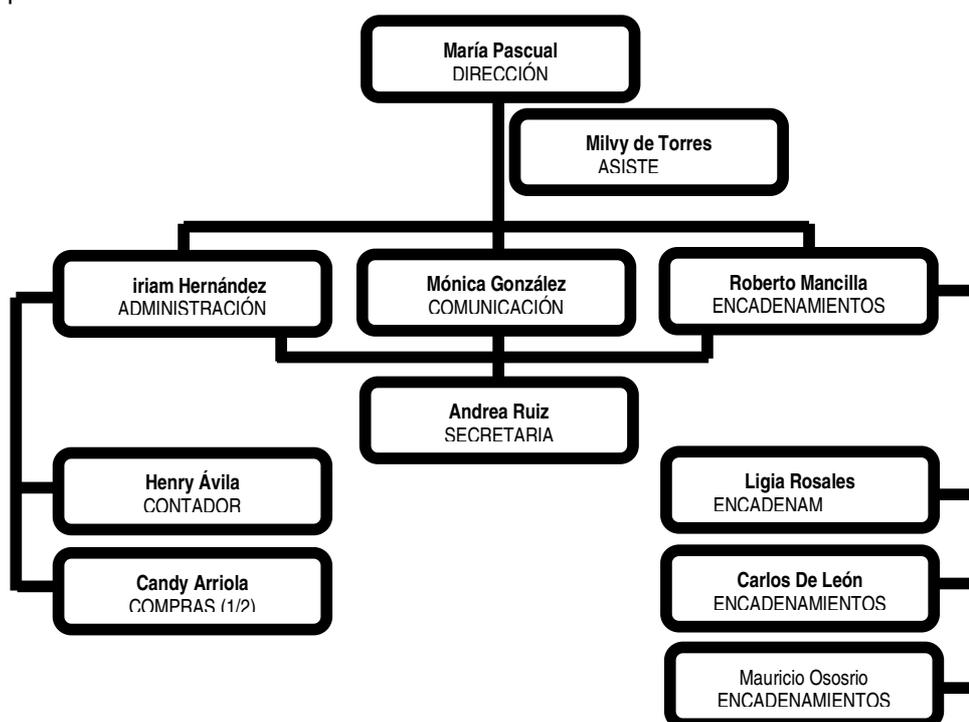
## ACTIVIDADES PRIMER TRIMESTRE

### Integración del Equipo

El equipo del Programa de Encadenamientos estuvo conformado por especialistas con enfoque en desarrollo de negocios, análisis financiero e inteligencia de mercados, bajo la dirección de un Coordinador de Proyecto responsable de las actividades principales del proyecto. La sección administrativa del Programa contó con un equipo de administración responsable del manejo administrativo y contable. El equipo contó con un especialista en comunicaciones que comenzó el diseño de la plataforma electrónica de información, responsable del manejo de la información y difusión de la información clave del programa.

En este período se realizó la contratación de un Especialista con enfoque en desarrollo de negocios.

A continuación se muestra el organigrama inicial del Programa de Encadenamientos Empresariales:



En el primer trimestre se realizaron capacitaciones internas, se organizó el seminario de Oportunidades para Exportar y las Herramientas para Lograrlo Impartido por Loren Stoddard.

Se realizaron visitas a supermercados locales, considerando algunos aspectos importantes, como, nivel socioeconómico de clientes.



Se visitaron los supermercados Despensa Familiar, Puerta del Sol, Pricemart, Hiper Paiz Puerta Parada, la Torre

En estas visitas se verificaron productos, precios, empaques, etiquetado, sellos de calidad, etc. Se investigó cómo se manejan los espacios de góndola y de acuerdo a esto verificar el liderazgo y rentabilidad que tienen los productos rurales.

### **Capacitaciones realizadas en el primer trimestre**

Se realizó un seminario de Cómo Identificar Importadores en Estados Unidos y Venderles Exitosamente impartido por la American Importers Association

En esta oportunidad se contó con el Director de la Asociación de Importadores Americanos quien compartió los datos más importantes para contactar y hacer negocios con los importadores de Estados Unidos.

Se realizó un tercer Seminario de Oportunidades para Exportar a Suecia y las Herramientas para Lograrlo, impartido por la Embajada de Suecia

Se participó en las actividades organizadas por la Misión Empresarial Brasil impartido por: APEX-Brasil. En esta Misión se contó con la participación de expertos guatemaltecos y brasileños en temas comerciales y de inversión, así como con la presencia de altos funcionarios y empresarios de ambos países.

El objetivo de esta misión fue dar a conocer la producción actual de Brasil y oportunidades de negocios.

Se participó en un seminario de Servicio de Calidad Modelo Disney, impartido por Roberto Cervantes Servicios. Los objetivos principales de esta capacitación se basaron en: comprender los factores que han hecho exitosa a la compañía World Disney World a nivel mundial, identificar qué factor sería importante en nuestra empresa para lograr ese éxito y definir de qué manera podemos adaptar los factores de Disney a nuestra empresa.

Para fortalecer el trabajo de equipo se participó en una capacitación impartida por la empresa Panamerican Consulting Group. Se conocieron los diferentes enfoques que se han dado con relación a la formación, capacitación y desarrollo de los recursos humanos que han marcado de una manera importante el interés en la necesidad de incorporar e involucrar al ser humano en hecho productivo.

Este fue un seminario que conjuga el análisis profundo de nuestra conducta, la observancia y ejercicio de valores humanos importantes para el crecimiento integral de individuos y grupos, formando equipos de alto rendimiento.

Se realizó un segundo seminario de Efectividad Personal Impartido por Panamerican Consulting Group que tuvo como principales Objetivos el facilitar el auto conocimiento personal para establecer pautas de mejora, mejorar la habilidad de interrelación personal, entender el comportamiento humano y el impacto de las condiciones ambientales, desarrollar la habilidad de auto observación.

## **Definición de los instrumentos de administración y ejecución del Programa de Encadenamientos Empresariales.**

En el primer trimestre se trabajaron 13 herramientas. Algunas de ellas son producto de la Fase 1 que se mejoraron y otras son nuevas que se agregaron a raíz de la experiencia de AGEXPRONT adquirida en la ejecución de Encadenamientos.

1. Flujograma de Procesos. Objetivo: Planear, ejecutar, controlar y dar seguimiento a los procedimientos de prospección tanto de compradores (Locales e Internacionales) como proveedores nacionales beneficiados con el Programa de Encadenamientos.
2. Diagnóstico de Productores. Objetivo: Contar con un reporte que permita consolidar la información del productor para evaluar su perfil y determinar si puede ser parte de un encadenamiento empresarial.
3. Diagnóstico de Compradores. Objetivo: Contar con un reporte que permita consolidar la información del comprador para determinar la relación de encadenamiento empresarial.
4. Reporte de Viajes de Campo. Objetivo: Contar con un reporte que permita llevar un registro de los viajes de campo que se llevan a cabo de acuerdo al plan de trabajo con el que cuenta el proyecto de encadenamientos.
5. Reporte de Viajes Internacionales. Objetivo: Contar con un reporte que permita llevar un registro de los viajes internacionales que se llevan a cabo de acuerdo al plan de trabajo con el que cuenta el proyecto de encadenamientos.
6. Encuesta de Compradores. Objetivo: Contar con un reporte que permita conocer el grado de satisfacción del comprador en lo que respecta al encadenamiento empresarial establecido.
7. Encuesta de Beneficiarios. Objetivo: Contar con un reporte que permita conocer el grado de satisfacción del beneficiario en lo que respecta al encadenamiento empresarial establecido.
8. Base de Datos de Compradores. Objetivo: Contar con una herramienta de consulta de compradores que permita identificar a los potenciales socios del programa.
9. Directorio de Encadenamientos. Objetivo: Contar con una base de datos de los beneficiarios del programa.
10. Estructura de Información del Newsletter. Objetivo: Consolidar una estructura enfocada a informar el avance de los Encadenamientos y sus actividades.
11. Historias de Éxito. Objetivo: Consolidar una estructura enfocada a mostrar el impacto de los Encadenamientos en los beneficiarios.
12. Minuta de Comité de Selección. Objetivo: Consolidar una estructura tipo Acta del Comité de Selección en donde se plasme los puntos relevantes y los compromisos adquiridos.
13. Reporte de Capacitaciones. Objetivo: Contar con un reporte que permita llevar un registro de las capacitaciones que se llevan a cabo de acuerdo al plan de trabajo con el que cuenta el programa de encadenamientos.

## **Comunicación**

Esta área tiene la responsabilidad de lograr una efectiva comunicación de las actividades y logros del programa. Se comenzó el diseño de la Plataforma Electrónica que tiene como objetivos:

- Documentar toda la información generada por el Programa.

- Ser una herramienta flexible de almacenamiento y consulta de información.
- Asegurar la transparencia en la gestión.
- Ser un medio de comunicación e interlocución entre beneficiarios, donantes, staff del Programa, medios de comunicación y público en general.
- Herramienta que facilite el acceso a la información e intercambio de opiniones entre los integrantes del tribunal de selección.
- Generar indicadores de impacto de manera tabular y gráfica, fáciles de consultar e interpretar.
- Ser un enlace entre el Programa y posibles compradores.
- Velar por el acceso adecuado a la información confidencial.

Grupos objetivos de la Plataforma son:

- Beneficiarios
- Compradores
- Donantes
- Staff del Programa
- Tribunal de selección
- Medios de Comunicación
- Público en general

**La estructura de la Plataforma** está compuesta por las siguientes secciones:

- **Encadenamientos:** Esta sección tendrá un listado de todos los encadenamientos realizados, contará con un mapa de localización de cada uno y nos llevará a la información detallada de cada encadenamiento: diagnóstico de proveedor, diagnóstico de comprador, plan de negocio, el plan de inversión y el monitoreo de la ejecución de la inversión.
- **Conozca los detalles:** en esta sección se encontrará toda la información técnica sobre el programa. Objetivos, perfil de beneficiarios y reglamento de operación.
- **Socios:** en esta sección se enumeran todos los socios del Programa y el rol que juega cada uno de ellos.
- **Galería de Fotos:** se publicarán fotos de los grupos diagnosticados, los beneficiarios, compradores, productos, giras de campo, etc.
- **Testimonios:** se publicarán testimonios e historias de éxito de los encadenamientos.
- **Eventos:** en esta sección se encontrarán los comunicados de prensa y fotografías de los eventos realizados.
- **Prensa:** esta sección documentará los artículos de prensa publicados, que sean relevantes al Programa.
- **Newsletter:** se compartirá electrónicamente los newsletters que se generen trimestralmente.

### **Plan de comunicación:**

La División de Desarrollo de AGEXPORT impulsa proyectos de desarrollo para el fortalecimiento de productores y MYPIMES para que accedan a mercados. Es necesaria la canalización de información de estos proyectos tanto a nivel interinstitucional como a nivel externo.

La comunicación se da principalmente por medio de 7 vías:

- E-mails masivos que informan a una base de datos de más de 1,700 personas sobre los logros, alcances, impacto y actividades que el proyecto realiza.
- Materiales impresos que se usan para transmitir comunicación relevante del proyecto. Por ejemplo se usan los Newsletter que es una publicación trimestral donde se dan a conocer los avances del proyecto, los logros obtenidos y planes o actividades futuras y se presentan testimonios de las personas beneficiadas.
- Diseño de materiales visuales como por ejemplo mantas con el logo de USAID para ser colocados en eventos protocolarios o de capacitación.
- Eventos protocolarios de inauguración o clausura de proyectos en los que se dan a conocer los alcances del proyecto, la ayuda que se esta proporcionando, se dan a conocer a los beneficiados y la forma en que cambia sus vidas. A estos eventos se invitan a los medios de comunicación para dar a conocer de forma pública y masiva los esfuerzos que se realizan con el proyecto y el impacto que tienen en el país.
- Plataforma Electrónica: toda la documentación e información del Proyecto estará al alcance del público por medio electrónico.
- Publicaciones en la revista de AGEXPRONT, Data Export. Se publican artículos, reportajes e historias de éxito de los encadenamientos que realizamos.
- Reuniones periódicas con las juntas directivas de comisiones de AGEXPRONT en las que se les presentan avances del impacto del programa y también se les invita a ser parte de los encadenamientos empresariales.

### Grupos Meta:

<p>Interno:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Juntas Directivas de AGEXPRONT</li> <li>- Staff de AGEXPRONT</li> <li>- Agremiados</li> <li>- Beneficiarios de proyectos</li> </ul>	<p>Externo:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Donantes actuales y potenciales</li> <li>- Embajada de Estados Unidos</li> <li>- Congreso de Estados Unidos</li> </ul>
--	---

### Alianzas Estratégicas

Durante este período se hicieron acercamientos con instituciones clave para la identificación de grupos productores en las zonas de atención, así como potenciales socios compradores interesados en productos que pueden ser encadenados con nuestros beneficiarios:

**Socios Compradores** Starbucks  
Wal-Mart  
DATCO  
Easy & Ready  
Chestnut Hill Farms  
LAN Exports



**Instituciones** Intervida  
 Visión Mundial  
 CRS  
 MAGA  
 Creciendo Bien  
 Comisión de Desarrollo Local  
 Arrozgua  
 Fondo de Desarrollo de la Naciones Unidas para la Mujer



## Comité De Selección

El Comité Técnico de Selección del Programa de Encadenamientos AGEXPRONT está conformado por USAID, Segeplan, Mineco y Agexpront, se ha reunido en varias ocasiones para discutir los temas de los grupos identificados, como está descrito en el Plan de Trabajo.

## Grupos Diagnosticados

Los especialistas en encadenamiento por medio de visitas de campo a las comunidades donde se encuentran los grupos productores y entrevistas levantaron el perfil productivo y comercial de los grupos identificados, determinando el grado de asociatividad de los mismos, experiencia productiva de la comunidad (agrícola, artesanal, turística, etc.). Así mismo, se documentó la situación de las comunidades en otras variables clave como su grado de acceso a la tecnología, su experiencia comercial, su grado de formalidad como sujetos de actividad económica, sus limitaciones y oportunidades logísticas para movimiento de productos hacia los mercados nacionales e internacionales.

## Otras Actividades Realizadas en el Primer Trimestre

- Del 20 al 30 de Junio, se estuvo participando en Barcelona (España) en la sesión de transferencia de tecnología realizada por la cámara empresarial de exportadores AMEC en beneficio de las cámaras empresariales guatemaltecas. Con patrocinio de la agencia COPCA del gobierno catalán, AGEXPRONT tuvo la oportunidad de participar junto a ANACAFÉ, Cámara de Construcción, Cámara de Comercio, FEPYME, Cámara de Industria y FUNDESA, en una pasantía de 6 días de duración durante los que se conocieron en detalle el funcionamiento de AMEC. Temas financieros, de planificación estratégica, de servicios, de organización interna, entre otros, fueron discutidos en profundidad, resultando en un ejercicio muy valioso para AGEXPRONT, la División de Desarrollo y el Proyecto USAID/AGEXPRONT, ya que se identificaron varias oportunidades de mejora, en concreto la posibilidad de explorar la herramienta de los

CONSORCIOS empresariales para la ejecución de la inversión prevista en el proyecto en el área de inteligencia de mercados. La participación en esta actividad estuvo a cargo de María Pascual.

- Del 1 al 9 de Julio, invitados por la Fundación Interamericana (FIA), con sede en Washington D.C, AGEXPRONT estuvo integrando el equipo de Guatemala en la gira de prospección para conocer la experiencia de Opportunity Zones llevada a cabo en más de 40 localidades pobres de los Estados Unidos. La Comisión para el Desarrollo Local, la Secretaría Ejecutiva para la Presidencia, la cooperativa exportadora CUATRO PINOS y la organización social CDRO, fueron el resto de instituciones representadas. En el viaje se extrajeron importantes lecciones aprendidas para el éxito de los procesos de desarrollo local y se tomaron acuerdos con FIA y el resto de los socios participantes para conducir una experiencia piloto en Guatemala. De parte del Proyecto USAID/AGEXPRONT se ofreció la posibilidad de instalar un CONTACTO y trabajar encadenamientos en el área seleccionada para el piloto de zona de oportunidad. En esta ocasión también ejerció la representación de AGEXPRONT María Pascual.

## ACTIVIDADES SEGUNDO TRIMESTRE

En el segundo semestre de ejecución del Programa se continuó la etapa de identificación de de grupos de productores diagnosticados, en los tres departamentos objetivo. Todos presentados al Comité de Selección para concluir con los diez que se escogerían como futuros modelos exitosos de Encadenamientos Empresariales. Como parte de la estrategia en Inteligencia de Mercados, en AGEXPORT se participó en varios seminarios de exportación clave.

### Diagnóstico de Grupos

Después de conocer a dieciocho grupos en los Departamentos de Sololá y San Marcos, identificados por aliados estratégicos del Programa, se continuó con las visitas de diagnóstico a productores incluido el Departamento de Huehuetenango. Se diagnosticaron en este período a treinta y un (31) grupos.



En una gira de campo se tuvo la oportunidad de que acompañara un representante de USAID, la CTO Glenda de Paiz y un representante de DANIDA, Soren Borch. Ambos visitaron y conocieron a varios grupos de productores. En esta ocasión también acompañaron representantes de MINECO y MAGA.

Se diagnosticaron 51 grupos. Ver Anexo 1.

### Alianzas Estratégicas

Como parte de las actividades normales del Programa de Encadenamientos Empresariales, el acercamiento con instituciones clave para sumar esfuerzos en las áreas de desarrollo fue importante para discutir acciones que se pueden implementar en los futuros Encadenamientos. Así mismo se continuó en la búsqueda de Socios compradores comprometidos con su cadena productiva y responsabilidad social empresarial.

## Socios Compradores

- **Cooperativa 4 PINOS** – Reconocida cooperativa guatemalteca comprometida con sus socios. Con demanda de exportación de cien (100) millones de libras de producto anuales. Actualmente exportan dieciocho (18) millones de libras. Están dispuestos a co-invertir con el Programa de Encadenamientos.
- **FRUTESA** – Empresa Exportadora Agroindustrial. Practica la responsabilidad social empresarial.
- **San Juan Agroexport** – Empresa Exportadora Agroindustrial con gran demanda de productos agrícolas. Practica la responsabilidad social empresarial.
- **Guatemiel S.A.** – Empresa dedicada a la exportación de miel. Ha elaborado proyectos de capacitación para sus productores con la GTZ y MAGA. Dispuestos a apoyar a su cadena de suministro.
- **Allen F. Johnson** – Empresa dedicada a la compra y exportación de diversos productos.

## Instituciones

**CDRO** – Organización de segundo nivel. Reconocida y con presencia en varios departamentos de Guatemala. Tiene alianzas con MAGA, MyDEL, Comisión Presidencial para el Desarrollo Local.

**MyDEL** – Mujeres y el Desarrollo Local es un programa enfocado en el desarrollo de la mujer, tanto en educación como en lo económico. Se continuó con las estrategias de identificación y apoyo a grupos.

**CENMA** – Central de Mayoreo. Se tuvo acercamientos para tener alianza de cooperación en los temas de información de comercialización de productos.

**FIA** – Del 1 al 9 de Julio, invitados por la Fundación Interamericana (FIA), con sede en Washington D.C, AGEXPRONT estuvo integrando el equipo de Guatemala en la gira de prospección para conocer la experiencia de Opportunity Zones llevada a cabo en más de 40 localidades pobres de los Estados Unidos. La Comisión para el Desarrollo Local, la Secretaría Ejecutiva para la Presidencia, la cooperativa exportadora CUATRO PINOS y la organización social CDRO, fueron el resto de instituciones representadas. En el viaje se extrajeron importantes lecciones aprendidas para el éxito de los procesos de desarrollo local y se tomaron acuerdos con FIA y el resto de los socios participantes para conducir una experiencia piloto en Guatemala. De parte del Proyecto USAID/AGEXPRONT se ofreció la posibilidad de instalar un CONTACTO y trabajar encadenamientos en el área seleccionada para el piloto de zona de oportunidad. En esta ocasión también ejerció la representación de AGEXPRONT María Pascual.

## Selección de Grupos

El Comité de Selección del Programa de Encadenamientos AGEXPORT, conformado por USAID, Segeplan, Mineco y Agexport, se convocó en tres oportunidades durante el trimestre. Un total de cincuenta y un (51) diagnósticos de grupo fueron presentados al Comité, junto a información técnica de las cadenas productivas en los que potencialmente se podrán insertar en cadenas de suministro. Los criterios principales utilizados fueron: Calidad de Liderazgo, Potencialidad Económica y Alianzas. Estos mismos alimentaron una fructífera discusión que llevó al Comité a seleccionar un total de once (11) grupos para el Programa.

## I Comité de Selección

Asistentes	Cargo	Institución
Glenda de Paiz	CTO	USAID
Maria Pacheco	Coordinadora	SEGEPLAN
Ismar Figueroa	Coordinador	SEGEPLAN
Carolina Salazar	Coordinadora	MINECO
Luis Godoy	Director	AGEXPORT
Maria Pascual	Directora	AGEXPORT

Se concluyó en aprobar a tres grupos de productores: Adicoso, Ucapem y Adiboc. También el Comité pidió la revisión de los grupos: Mujeres San Pedradas y Asociación para la Innovación de San Antonio Palopó, para determinar más a fondo el potencial de los grupos, así como las potenciales alianzas alcanzables por el grupo. Se presentaron ocho grupos y siete cadenas

### Dictamen del Comité:

No.	Grupo	Nombre	Ubicación	Departamento	Socios Actuales	Mujeres	Status
4	ADICOSO/ADECOMIC	Asociación de Desarrollo Integral Concepción Sololá	Concepción	Sololá	480	500	Aprobado
7	Asociación de Mujeres San Pedranas	Asociación de Mujeres San Pedranas	San Pedro	San Marcos	840	840	Revisión
10	ADIBOC	Asociación para el Desarrollo Integral de la Boca Costa	Caserío Panoja, Aldea Xojola, Nahuala	Sololá	200	9	Aprobado
21	Asociación de Investigación para el Desarrollo e Innovación de San Antonio Palopó	Asociación de Investigación para el Desarrollo e Innovación de San Antonio Palopó	Barrio Estios, San Antonio Palopó	Sololá	100	100	Revisión
34	(UCAPEM) Asociación de Productores Ecológicos Marquenses	Unión de Cooperativas (cambio nombre) a Asociación	San Pablo	San Marcos	500	36	Aprobado

## II Comité de Selección

Nombre	Cargo	Institución
Glenda de Paiz	CTO	USAID
Ismar Figueroa	Coordinador	SEGEPLAN
Hugo Bran	Coordinador	MINECO
Maria Pascual	Directora	AGEXPORT

Se presentaron 4 encadenamientos.

### Dictamen del Comité:

No.	Grupo	Nombre	Ubicación	Departamento	Socios Actuales	Mujeres	Status
21	Asociación de Investigación para el Desarrollo e Innovación de San Antonio Palopó	Asociación de Investigación para el Desarrollo e Innovación de San Antonio Palopó	Barrio Estíos, San Antonio Palopó	Sololá	100	100	Aprobado
39	Miel ASODESI	Productores de Miel de Asociación de Desarrollo Integral	Calle Principal San Pedro Necta	Huehuetenango	250	75	Aprobado
45	ASDIC	Asociación de Dirigentes Comunitarios	Canton Erratarijo, San Antonio Palopó	Sololá	70	10	Aprobado
46	Jóvenes en la Misión JEM-Cooperativa Integral Unión y Progreso	Jóvenes en la Misión JEM-Cooperativa Integral Unión y Progreso	Canton San Pablo, Tacana	San Marcos	74	2	Aprobado

El Comité concluyó con la aprobación de los grupos: Asodesi, Asdic y Jem. Así mismo después de presentar las conclusiones del Equipo Técnico de Encadenamientos respecto a los grupos en revisión quedó aprobado el grupo Asociación para la Innovación de San Antonio Palopó.

### III Comité de Selección

Nombre	Cargo	Institución
Glenda de Paiz	CTO	USAID
Maria Pacheco	Coordinadora	SEGEPLAN
Maria Pascual	Directora	AGEXPORT

Se presentaron por grupo y por cadena productiva. **(ANEXO 5)**

### Dictamen del Comité:

No.	Grupo	Nombre	Ubicación	Departamento	Socios Actuales	Mujeres	Status
47	APROT	Asociación Pro - Adquisición de Tierras	Catañina San Marcos, Finca Nuevo Paraiso cruce en km 261	San Marcos	320	160	Aprobado
48	Asociación de Usuarios de Riego Nicá	Asociación de Usuarios de Riego Nicá	Aldea Nicá, Malacatán	San Marcos	205	50	Aprobado
49	COMAPI	Comercializadora de Productos Apícolas diferenciados	Malacatán San Marcos y Ciudad de Guatemala	San Marcos y Guatemala	132	16	Aprobado
51	Corazón del Bosque	Asociación la Guadalupeana	San Lucía Utilán.	Sololá	74	26	Aprobado

El Comité concluyó con la aprobación de cuatro (4) grupos: Aprot, Asociación de Nicá, Comapi y Corazón del Bosque.

## Capacitación en Inteligencia de Mercados

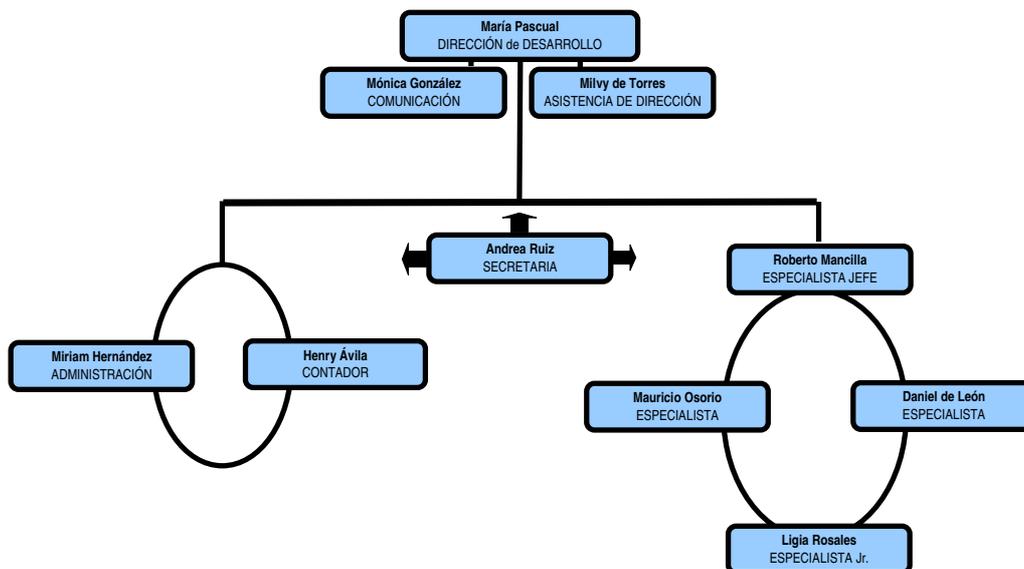
En este trimestre existieron varias propuestas de capacitación en inteligencia de mercados, siendo las más interesantes México y la Unión Europea como a continuación se detalla.

- Seminario de Cómo Exportar Bebidas, Alimentos Frescos y Procesados a la Unión Europea Impartido por la Licda. Karin Marianne Beck Serrano.
- Seminario de Cómo Exportar Bebidas, Alimentos Frescos y Procesados a México, impartido por el Lic. Alexander Cutz.

## Recursos Humanos

Durante el trimestre se completó el equipo del Programa de Encadenamientos. En este período se contrató la última plaza pendiente, al especialista en análisis financiero que estará encargado de la capacitación en cuanto a cuentas bancarias, plan de negocios, plan de inversión, créditos, etc. (Mauricio Osorio).

El siguiente esquema muestra el organigrama de la integración del Equipo de Encadenamientos en este período:



Como parte del entrenamiento al equipo, Panamerican Consulting Group continuó con una serie de capacitaciones en diferentes áreas de atención:

- Comunicación Efectiva impartido por José Zendejas / Panamerican Consulting Group
- Creatividad e Innovación para la Mejora Continua impartido por Guadalupe Gómez-Pezuela / Panamerican Consulting Group

## Comunicación

### ORGANIZACIÓN DE EVENTOS

En este trimestre se realizaron 4 eventos importantes para el proyecto. Estos eventos se realizan con el fin de dar a conocer públicamente los esfuerzos y logros de los Encadenamientos.

**Viajero.com. 16 agosto del 2006.** Se realizó un evento de presentación de resultados de la alianza realizada con Viajero.com para apoyar a 100 PYMES de turismo a conectarse al mundo. Estas PYMES ahora están en un portal de turismo visitado por personas alrededor del mundo por medio del cual pueden conocer los destinos turísticos y hacer sus reservaciones en línea.

El evento se llevó a cabo en el Restaurante Kacao y asistieron un total de 80 personas entre las que podemos mencionar al Director del Inguat, Representantes de USAID y Agexpront, beneficiarios de la alianza, operadores de turismo y medios de comunicación. Durante las presentaciones tuvimos la oportunidad de escuchar 4 testimonios de los beneficiados por esta alianza los cuales compartieron historias de cómo sus ventas han aumentado desde que han sido publicados en este website.



La Asociación Gremial de Exportadores  
de Productos No Tradicionales  
**AGEXPRONT**  
lo invitan a conocer los beneficios que obtienen  
100 PYMES de turismo al introducirse  
en el comercio electrónico

Miércoles 16 de Agosto  
Restaurante Kacao  
(2 Av 1344 2:10)  
18:00-22:00 hrs

Viajero.com  
USAID  
AGEXPRONT  
INGUAT

**Visita de campo con Wayne Nilsestuen. 17 y 25 de agosto del 2006-09-28.** Por contar ahora con un nuevo director en USAID, se preparó una visita de campo para que pudiera conocer a dos grupos de productores con los que el Programa Encadenamientos Empresariales esta trabajando.

El primer grupo visitado fue Labradores Mayas, Asociación de 70 productores de hortalizas localizada en Tecpán, Chimaltenango. Actualmente son proveedores de Wal-Mart Centro América. José Luis Lux, representante, nos recibió con un recorrido por las plantaciones y luego nos explico la filosofía que han adquirido en la Asociación de “no sembrar nada que no hayan vendido primero”. Las familias de estos 70 productores han incrementado su nivel de vida por medio de los negocios que ahora realizan con diferentes compradores. Durante esta visita, Jose Luis, nos mostró un email que recibió de un nuevo cliente en Canadá donde le solicitaban un contenedor semanal de verdura.



El segundo grupo que visitamos es ADICOSO, se localizan en Concepción, Sololá y actualmente son productores de cebolla y zanahoria. Este grupo es uno de los que se apoyarán en la tercera fase del programa. Son una comunidad que vive en pobreza pero ha mostrado mucho deseo de sobresalir y trabajar duro.

Esta visita se hizo con el propósito de mostrar el estado de los grupos antes de empezar a trabajar con los encadenamientos, estos productores mostraron mucha alegría por haber logrado ser integrados al programa y tienen muchos sueños de incrementar el nivel de vida de sus familias al volverse más productivos y rentables.

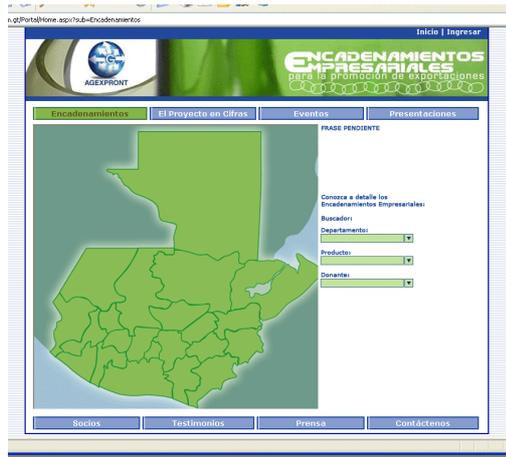


## DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE MATERIALES

- **Carpeta Institucional para presentar a licitación:** Se diseñó un documento institucional para entrar en la licitación de nuevos fondos para el Programa de Encadenamientos, esta vez del Gobierno de Sueca, a través de SEGEPLAN.
- **Presentación de Encadenamientos:** Documento que presenta al Programa Encadenamientos, resultados obtenidos y objetivos propuestos para el 2010.
- **Plantilla para mails masivos de la División de Desarrollo:** Se adquirió un software para el envío masivo de E mails a la base de datos que tenemos, Este software requiere el diseño de plantillas para el envío de la información. Se diseñaron dos plantillas diferentes, la primera será usada para información general del programa y de la división de desarrollo. La segunda será usada para enviar periódicamente el Newsletter del Programa
- **Portada para DVDs de Puerta al Mundo Maya:** Se realizó el diseño de las portadas para los DVDs de Puerta al Mundo Maya, estos contienen información general del lugar y un recorrido visual muy atractivo. Éstos serán distribuidos entre operadores de turismo para que lo puedan mostrar a sus clientes, con lo que se espera despertar el interés de los turistas en visitar el lugar y así contribuir en atraer más visitantes.

## Diseño e implementación de Plataforma Electrónica

Con el deseo de mantener la innovación y el aprovechamiento de la tecnología en beneficio del Programa, se continuó elaborando el diseño e implementación de una plataforma electrónica que permitirá el control y monitoreo de las actividades del programa desde Internet. Este website se ha trabajado en conjunto con el Departamento de Tecnología de Agexpront. David Reyes y Eddi Mendez, del equipo de Agexpront, se han encargado de toda la parte de programación de la herramienta, la cual estará siendo mejorada continuamente.



**Cambio de Imagen de AGEXPRONT:** La institución esta pasando por un proceso de renovación de imagen, se detecto que el nombre “Asociación Gremial de Exportadores de Productos no tradicionales” es un nombre demasiado largo y complicado. La abreviación de este “AGEXPRONT” también era una palabra difícil de pronunciar, en especial en idiomas diferentes al español. Por estas razones la Junta Directiva de la Institución decidió cambiarle de nombre. El nuevo nombre que se escogió es “Asociación Guatemalteca de Exportadores, AGEXPORT”. Por lo que ahora AGEXPORT cuenta con una nueva imagen que se muestra a continuación.



La institución implementó un proceso de cambio de la imagen antigua a la nueva, este proceso llevará algún tiempo.

#### ARTÍCULOS PUBLICADOS EN LA DATA EXPORT

Data Export es la revista institucional de AGEXPRONT. Creada en 1988, actualmente cuenta con un tiraje de 10,000 ejemplares mensuales. El Programa de Encadenamientos Empresariales usa la revista como un medio regular de información que alcanza tanto a personas agremiadas como a no agremiadas.

En este trimestre se publicaron 2 artículos, de los que se puede encontrar copia en los anexos:

- Entrevista con Álvaro Aguilar por conciertos a beneficio de comunidades afectadas por STAN. El grupo Alux Nahual realizó una serie de conciertos en el interior del país y en la región Centroamericana para hacer conciencia a la gente de la crisis que Stan causó en muchas áreas de Guatemala. Con el dinero recaudado de los conciertos se apoyó a las comunidades afectadas.

- ASISTE: 23 productores de piña del parcelamiento San José Verminas, Obrajuelo y El Jocotillo recibieron financiamiento para incrementar su producción de piña. Estos productores han logrado un acuerdo de compra-venta con una empresa exportadora. Para cumplir dicho acuerdo ha tenido que solicitar un financiamiento. Gracias al apoyo de ASISTE, el Banco G&T Continental otorgó un financiamiento de Q914,040,00 con los que los productores esperan lograr una producción de 1,150,000 piñas.

### **Generación de noticias**

Las actividades realizadas por el Programa han logrado despertar el interés de los medios de comunicación, los cuales nos han apoyado en este trimestre con la publicación de dos artículos (*adjuntos*) sobre la visita que se hizo a los grupos de productores en compañía del Sr. Nilsestuen.

Uno de los artículos se titula “Productores inmersos en la globalización” fue publicado por Eduardo Smith en Prensa Libre el 18 de Agosto. En este artículo se enfoca en el tema del comercio y la globalización y como estos productores se han preparado para afrontarlos y tener éxito.

El segundo artículo se titula “ De Tecpán a Wal-MARt Centroamérica”, fue publicado por Claudia Benavente en El Periódico el 18 de Agosto. Este artículo habla de la experiencia de Labradores Mayas como proveedores de Wal-Mart. Además resalta como estas personas han cambiado inclusive sus hábitos de higiene.

### **ACTIVIDADES TERCER TRIMESTRE**

En esta etapa del Programa estuvo muy enfocada en la búsqueda de compradores con deseos de participar en el Programa de Encadenamientos, con una visión clara de corresponsabilidad social empresarial con su cadena de suministro y con deseos de invertir con sus socios productores.

### **Diagnósticos de Grupos**

Después de haber aprobado a once grupos para 9 Encadenamientos, se continuó con las visitas de diagnósticos a grupos potenciales en búsqueda del onceavo grupo (10mo. Encadenamiento). Se visitaron un total de cinco grupos, Asomam, Eca Carolina, Eca Nueva Esperanza, Adelmar y Asocuch en los departamentos de San Marcos y Huehuetenango.



## **Alianzas Estratégicas**

Las reuniones con potenciales socios estratégicos se intensificaron en este trimestre y fue la principal actividad de los Especialistas de Encadenamiento. Los acercamientos con instituciones potenciales aliadas del Programa también fue parte de la agenda.

## **SOCIOS COMPRADORES**

**FRUTESA** – Empresa guatemalteca que ha estado exportando frutas y vegetales exóticos y de contra-estación desde 1983. Trabajan bajo contratos con agricultores guatemaltecos; manteniendo relaciones a largo plazo con sus proveedores. La búsqueda de la excelencia comienza con la siembra en el campo donde personal de Frutesa se mantiene en estrecho contacto con los agricultores con quienes tienen contratos. Continúa a lo largo de la cosecha y del manejo post-cosecha que se le da al producto que es entregado a su planta. Trabajan junto con sus agentes de carga y con las líneas aéreas en la logística y en el transporte para obtener los mejores resultados.

**Frito Lay** – Frito Company fue fundada en 1932 en San Antonio por Elmer Doolin. Por otra parte, H.W. Lay & Company fue fundada en Atlanta por Herman W. Lay. En 1961 se fusionaron ambas para formar Frito-Lay, Inc. Con casa central en Texas. Pepsico, Inc. Es fundada por Donald M. Kendall, presidente de Pepsi-Cola, y Herman W. Lay, presidente de Frito Lay, a través de la fusión de las dos compañías. Foods Internacional, después llamada Pepsico Foods Internacional (PFI) y subsiguientemente llamada Frito-Lay Internacional, se estableció en el mercado de los snacks alrededor del mundo. Pepsico, Inc. es reestructurada para focalizarse en tres negocios: refrescos, snacks y restaurantes. Los productos Pepsi-Cola están presentes en 160 países y territorios alrededor del mundo.

**Operador Latino** – es una agencia local de turismo receptivo con el objetivo principal de vender y promocionar Guatemala como destino turístico dentro y fuera del país. A pesar de ser una empresa joven en el mercado, esta operadora de turismo cuenta con un equipo profesional que garantiza la satisfacción del visitante. Como parte de los servicios que ofrece esta empresa están los boletos dentro y fuera de Guatemala, traslados, reservaciones y tours guiados. Además se especializan en actividades específicas que están tomando mucha fuerza en la actualidad en el sector turístico actual. Estas actividades son aviturismo (observación de aves), turismo sostenible, turismo comunitario, turismo cultural, de naturaleza y arqueológico, turismo de aventura y deportivo.

**Alimentos Maravilla S.A.** – Nació en 1983 en Guatemala, iniciándose con la fabricación de bebidas y néctares, con fórmulas y marcas propias, dentro de las cuales destacan Sipi y Del Frutal, obteniendo el liderazgo en dichas categorías en Guatemala, además expandió su mercado a Centro América, México, El Caribe y Estados Unidos de Norte América. En 1993 obtuvo la licencia de la marca Tampico, propiedad de Marbo, Inc., Chicago, Illinois, para la producción y comercialización de bebidas, inicialmente para Guatemala y posteriormente extendiendo el territorio a Honduras y Nicaragua. En 1998 inició la producción y comercialización de varias líneas de tomate y frijoles, bajo la licencia de la marca Del Monte, propiedad de Del Monte Foods. En febrero del 2003 lanzó al mercado una nueva línea de bebidas deportivas, bajo la marca Revive, la cual ha logrado captar una participación importante de mercado en Centroamérica. En mayo del 2003, adquirió a Unilever de Centro América, S.A., el Negocio de Néctares de Frutas y Jugos de Vegetales, incluyendo las marcas: Del Fruto, Marinero y la licencia de uso de la marca NATURA'S

para Néctares y Jugos. Conjuntamente, adquirió una planta productora localizada en Honduras, con alta tecnología para la producción de éstos productos. Con ésta adquisición, Alimentos Maravilla consolida el liderazgo en la categoría de néctares a nivel Centroamericano.

**Hortifruti** – Es una empresa que exporta rosa de Jamaica, coliflor, arveja china, tomate, entre otros, al área centroamericana, opera desde hace algunos años, y su principal mercado de Jamaica deshidratada en Costa Rica.

**CACYKE Internacional Corp. / Bonita Banana** – Comprador de plátanos, melones, yuca pelada, bananos. Son exportadores de Cardamomo y Ajonjolí desde 1979 a USA.

**Maya Organics** – Empresa de comercio y mercadeo enfocada a promocionar, comerciar y representar productos agrícolas orgánicos y convencionales de Guatemala y Centro América en mercados extranjeros trabajando en asociación directa con productores y agricultores locales.

**Alimentos Campestres S.A. (Country Foods)** – Es una empresa guatemalteca cuyo objetivo es la producción y comercialización de productos alimenticios secos o deshidratados, propios de la región mesoamericana, tales como hierbas, especias y algunas frutas tropicales. Su especialidad es el procesamiento de productos no convencionales, tales como rosa de jamaica, jengibre, pimienta gorda y algunas frutas exóticas y tropicales como mango, piña y papaya. Generalmente los productos se comercializan a granel en empaques de gran tamaño. La mayoría de los productos no tienen certificación orgánica pero todos son 100% naturales y no contienen preservantes ni aditivos. Algunos productos pueden ser enviados con certificación orgánica si así se requiere (Hibiscus, Rosa de Jamaica). Su principal mercado es México y Centro América con ventas superiores a 17 contenedores.

**Export Alliance Inc.** – Esta empresa es una comercializadora de varios productos agrícolas. Actualmente están interesados en la búsqueda de productores ya que mantiene una demanda permanente en los siguientes productos: Ajonjolí orgánico y convencional, semilla de girasol, semilla de calabaza, pimienta gorda (allspice), pimienta negra, achiote, coco deshidratado (orgánico y convencional) y rayado (mucho potencial), mango deshidratado, piña deshidratada, papaya orgánica deshidratada, hongos deshidratados, chiles deshidratados, banano deshidratado en rodajas tostadas (chips), nueces orgánicas (marañón, mania, etc), garbanzo orgánico. Tienen 14 años en el mercado su especialidad es ajonjolí y sus mercados principales son USA y Holanda.

**Agroindustrias La Laguna / Eco-Fruit** – Actualmente no exportan, venden a nivel local en Guatemala a empresas de alimentos sus volúmenes superan los 200,000 kilos.

**Redisfar / Ainsa** – Es un consorcio que se dedica a la comercialización de insumos agrícolas y al desarrollo de negocios de sus clientes. Tienen 14 años en el mercado de venta de Químicos y fertilizantes, como parte de sus operaciones comercializan piña y están iniciando con comercialización de bananos.

**WalMart Centroamérica** – Wal-mart es la cadena de supermercados más grande del mundo y por varios años la empresa más grande del mundo. En Centroamérica tiene la más alta participación en las tiendas detallistas y en Guatemala el liderazgo a través de la fusión con la empresa La Fragua. Los supermercados detallistas que pertenecen a la Fragua: Paiz, Hiper Paiz, Despensa Familiar, entre otros.

## INSTITUCIONES

**SESAN** – La Secretaría de Seguridad Alimentaria y Nutricional, SESAN, fue creada con la aprobación de la Ley del Sistema Nacional de Seguridad Alimentaria y Nutricional mediante el Decreto 32 – 2005 del Congreso de la República. Es la responsable de establecer los procedimientos de planificación técnica y coordinación entre las instituciones de Estado, la sociedad guatemalteca, las organizaciones no gubernamentales y las agencias de cooperación internacional vinculadas con la seguridad alimentaria y nutricional, en los diferentes niveles del país para realizar las acciones integrales y focalizadas que se requieren para mejorar la situación de inseguridad alimentaria y nutricional en las poblaciones más pobres del país de Guatemala.

**SOSEP** – La Secretaría de Obras Sociales de la Esposa del Presidente (SOSEP) fue creada en 1991 con el objetivo primordial de impulsar e implementar programas de carácter social que beneficien a los niños, las niñas, las familias y la comunidad en general. En atención a las necesidades prioritarias de la población, principalmente de los grupos más vulnerables como lo son los niños y las niñas menores de 5 años, las mujeres del área rural, los adultos mayores y los discapacitados; SOSEP diseñó nuevos programas y reorientó los existentes, para llevar soluciones de largo plazo, sustentables y auto-sostenibles para estos sectores de la población, priorizando y focalizando la atención en los municipios definidos por la Secretaría de Planificación y Programación de la Presidencia (SEGEPLAN).

**MAGA** – Los acercamientos que se tuvieron con el MAGA fueron para una posible alianza estratégica con ellos, ya que cuentan con una unidad encargada exclusivamente de investigaciones de precios de productos agrícolas nacionales y algunas variaciones en mercados internacionales, así como también información sobre aspectos agrícolas de la región; así como también aprovechar algunos de los fondos que FONAGRO puede proporcionar para capital semilla en el año 2007.

**Rainforest Alliance** – Organización gubernamental la cual trabaja con fondos del gobierno de Estados Unidos directamente del congreso y de AID. Se dedica hacer rentables y sustentables los bosques. Todos sus esfuerzos van en línea con el medio ambiente, la agricultura, el turismo y el sector forestal. El éxito que ha tenido Rainforest Alliance está basado en el principio de colaboración en conjunto se verá reflejado en cambios significativos. Ellos trabajan muy de cerca con grupos de conservación de bosques y empresas del área rural, regional e internacional para asegurar que sus prácticas son sostenibles.

**HELVETAS** – La Asociación Suiza para la Cooperación Internacional - Helvetas - es una institución privada, sin fines de lucro y sin vínculos con partidos políticos. Helvetas inició su trabajo de cooperación en Guatemala en 1972, brindando aportes considerables al desarrollo socio-económico. Uno de los principios básicos de Helvetas es fomentar la ayuda para la autoayuda. La intención es empoderar a las personas y fortalecer la organización social que se refleja en los diferentes esfuerzos de proyectos que realiza. En la actualidad, Helvetas Guatemala apoya cinco proyectos en el área de manejo sostenible de los recursos naturales. Cada uno de los mismos fomenta la participación, la asistencia técnica y el fortalecimiento institucional como ejes fundamentales para el desarrollo rural.



## Selección de Grupos

El Comité de Selección del Programa de Encadenamientos AGEXPORT, conformado por USAID, Segeplan, Mineco y Agexport, se convocó por cuarta ocasión, ya que únicamente quedaba un grupo por aprobar. Un total de cincuenta y cinco (55) diagnósticos de grupo fueron presentados al Comité. Doce fueron los seleccionados para 10 Encadenamientos Empresariales.

### IV Comité de Selección

Asistentes	Cargo	Institución
Glenda de Paiz	CTO	USAID
James Stein	Director	USAID
Ismar Figueroa	Coordinador	SEGEPLAN
Luis Godoy	Director	AGEXPORT
Maria Pascual	Directora	AGEXPORT

Se presentaron cuatro grupos potenciales a encadenarse: Adelmar, ECA Nueva Esperanza, ECA Carolina y Asomam. Se concluyó en aprobar al último grupo de productores: Adelmar.

### Dictamen del Comité:

No.	Grupo	Nombre	Ubicación	Departamento	Socios Actuales	Mujeres	Productos	Status
55	ADELMAR	Agencia de Desarrollo Económico Local Marquense	Tejutla, Ixchigual, Llano grande, Grandeza	San Marcos	170	30	Hortalizas	Aprobado

## Capacitaciones a Productores

**Inversión en Excelencia. Impartido por** Lou Tice, The Pacific Institute **Organizado por** la Escuela de Comercio Exterior de AGEXPORT. El programa Inversión en la Excelencia daba a conocer como nuestros pensamientos determinan nuestro futuro y el poder que tiene el pensamiento positivo para alcanzar el éxito. El programa se realizó en tres fases, siendo la primera fase la Inmersión en la Excelencia, la segunda fase Herramientas para el Cambio y el Crecimiento Personal y la tercera fase La Aplicación de las Herramientas para el Alto Rendimiento (las fases II y III se realizarán en enero y marzo 2007 respectivamente). Dentro de las unidades de aprendizaje de todo el programa se encuentran: Como trabaja la mente, hábitos y actitudes, la creencia regula la efectividad, trabajando para poner la mente en orden, el proceso estructural de afirmaciones, cultura: la fuerza invisible, dónde está la verdad?, éxito y significado, metas: atacando al objetivo, incrementando la conciencia, lo mejor está por venir, creencia: la raíz del problema; luchando con la negatividad, autoestima garantizada, mirarse a sí mismo, creando lo nuevo como normal, cambiando estilos, la respuesta existe "qué quiero yo", diseñando tu vida, liberando energía y creatividad, zonas cómodas ambientales, entre otros.

## Pre-Inversiones

**ADICOSO – Cooperativa Unión de 4 PINOS.** El potencial Encadenamiento entre el grupo de Concepción Sololá ADICOSO y la Cooperativa Unión de 4 PINOS inició con la visita del comprador a las plantaciones de la Asociación y conocerse ambas partes. Luego desde las instalaciones de la Cooperativa se decidió cuáles serían los cultivos que se producirían y las extensiones que estos implicarían. Después de una serie de reuniones se llegó al acuerdo de sembrar un total de 5 manzanas de terreno con mini-zanahoria y radicchio. Esto involucraría a unos 40 agricultores de ADICOSO en esta etapa. Para este inicio de actividades se solicitó la aprobación del Comité de Encadenamientos en los siguientes rubros:

No.	Descripción	Monto US\$
1	Análisis de Suelos	1,500
2	Análisis de Agua (63 nacimientos)	4,500
3	Diagnóstico de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA)	150
4	Asistencia Técnica (6 meses)	6,000
<b>TOTAL</b>		<b>12,150</b>

Los miembros del Comité dictaminaron la aprobación de estos gastos del Fondo de Encadenamiento para este grupo aprobado. La contratación de la asistencia técnica para esta prueba piloto fue casi inmediata y se está apunto de concluir la siembra de toda la extensión. El ingeniero agrónomo está encargado de la supervisión, control y acompañamiento de los agricultores involucrados y mantiene una comunicación permanente con la Cooperativa 4 PINOS, el cual supervisa a este técnico.

**Capacitación en Inteligencia de Mercados.** Como parte del entrenamiento al equipo, se continuó con una serie de capacitaciones en diferentes áreas de atención. Las capacitaciones fueron:

- **Diplomado:** Especialista en Gestión de Exportaciones al Mercado Mexicano organizado por: Escuela de Comercio Exterior de AGEXPORT y la Cámara de Comercio e Industria Guatemalteco Mexicana CAMEX. El diplomado fue dirigido a personas que desearan especializarse en el comercio exterior con México además relacionarse con exportadores, agencias de carga, empresas de transporte y todo lo relacionado al comercio con dicho país.
- **Seminario:** Tendencias, Requisitos y Oportunidades para Exportar Productos Alimenticios al JAPÓN Impartido por el profesor Hiroyuki Ukeda y comentarios de Takeshi Ohsawa, Encargado de Asuntos Económicos, Embajada de Japón, organizado por JETRO (Japan External Trade Organization) y Escuela de Comercio Exterior de AGEXPORT.
- **Oportunidades de Inversión:** Encuentro con el Migrante. Organizado por Ministerio de Economía MINECO. El Encuentro con el Migrante fue una estrategia del gobierno para incentivar la inversión y fomentar negocios productivos, promoviendo la utilización de remesas familiares en proyectos sustentables, con el propósito de crear una plataforma estratégica para

la inversión de las mismas. Durante el evento los guatemaltecos residentes en Estados Unidos, tuvieron la oportunidad de conocer acerca del potencial que existe de poder realizar negocios con los micro, pequeños y medianos empresarios guatemaltecos.

Como parte del entrenamiento al equipo, Panamerican Consulting Group continuó con una serie de capacitaciones en diferentes áreas de atención:

- **Planeación y Organización.** Impartido por el Lic. Gerardo Corro, organizado por: Panamerican Consulting Group. Dentro de esta capacitación se tomó como tema principal la importancia de administrar y de este tema se derivaron temas importantes como planeación, organización, dirección, control, niveles de autoridad y responsabilidad, proceso de delegación y asignación de responsabilidades y por último evaluación.
- **Negociación para Lograr Acuerdos Ganar – Ganar.** Impartido por el Lic. Javier Corona, organizado por Panamerican Consulting Group. Este tema nació de la necesidad que todos tenemos de negociar con otros, ya sea que se trate de una negociación de un contrato colectivo de trabajo, una adquisición empresarial, establecer prioridades entre jefe colaborador, la compra de un bien o un servicio para la empresa, etc.
- Los temas se dividieron en dos etapas. La etapa de sensibilización y aprendizaje en donde se vio la preparación previa a la negociación, el proceso de negociación y el cierre de la negociación. Y la segunda etapa donde se aprendió sobre la evaluación y aseguramiento.
- **Gestión del Tiempo.** Impartido por el Lic. Javier Corona, organizado por: Panamerican Consulting Group. La administración del tiempo siempre ha sido muy importante. Es necesario encontrar un balance entre las actividades profesionales, la familia y las responsabilidades sociales. Es por ello que dentro del seminario se vieron temas como administración y el uso del tiempo, anatomía del concepto tiempo, principales desperdiciadores del tiempo y como evitarlos, técnicas y métodos para la administración eficaz del tiempo, maneje la presión y el estrés.

**Planificación Operativa Anual 2,007.** Organizado por el Programa de Encadenamientos.

En el IRTRA de Retalhuleu el equipo de Encadenamientos programó las actividades que se realizarán durante el año 2,007 basadas en las metas acordadas con el Programa. Desde las acciones concretas como abordar los encadenamientos hasta las modalidades de trabajo del equipo fueron temas tratados en la planificación. Las áreas de comercio justo y ambiental fueron las nuevas que se presentaron. Se discutió la modalidad de organización del equipo en base a compromisos, responsabilidades, metas e indicadores. Se planificó el trabajo administrativo así como el de comunicación, en esta última se incluyeron temas como eventos y la plataforma electrónica de gestión.

## EJECUCIÓN PRESUPUESTARIA

División de Desarrollo  
 Programa de Encadenamientos Empresariales  
 Informe de ejecución presupuestaria 2006



Fase II: Ejecución Presupuestaria Trimestralmente 12/31/2006  
 Proyecto USAID/AGEXPRONT  
 Cooperative Agreement 520-A-00-05-00009-0  
 En US\$ dólares

Rubros	Presupuesto Total FASE II	April-Jun 06	Jul-Sep 06	Oct-Dec 06	EJECUTADO AL 31/12/06	DISPONIBLE
<b>OPERACIÓN</b>						
Sueldos y Salarios	425,000	45,115	49,476	49,772	144,364	280,636
Servicios No Personales	58,000	7,363	6,067	4,946	18,375	39,625
COMUNICACIÓN	17,000	0	1,683	388	2,071	14,929
<b>Sub-total</b>	<b>500,000</b>	<b>52,478</b>	<b>57,226</b>	<b>55,106</b>	<b>164,809</b>	<b>335,191</b>
<b>ALIANZAS</b>						
Encadenamientos Stan	500,000	0	0	41,485	41,485	458,515
<b>Sub-total</b>	<b>500,000</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>41,485</b>	<b>41,485</b>	<b>458,515</b>
<b>INTELIGENCIA DE MERCADOS</b>						
Encadenamientos	80,000	5,493	6,109	3,506	15,109	64,891
Agexpront	120,000	0	0	0	0	120,000
<b>Sub-total</b>	<b>200,000</b>	<b>5,493</b>	<b>6,109</b>	<b>3,506</b>	<b>15,109</b>	<b>184,891</b>
<b>Total general</b>	<b>1,200,000</b>	<b>57,971</b>	<b>63,335</b>	<b>100,097</b>	<b>221,403</b>	<b>978,597</b>
<b>Porcentaje</b>		<b>5%</b>	<b>5%</b>	<b>8%</b>	<b>18%</b>	<b>82%</b>

## CONCLUSIONES

En el Programa de Encadenamientos 2da. Fase, culminó con la visita a cincuenta y cinco (55) grupos en los tres departamentos de atención (San Marcos, Huehuetenango y Sololá) identificados por los socios estratégicos como CRS, Segeplan, Mineco, Intervida, Visión Mundial, Sosep, Arrozgua entre otros. Todos los grupos de productores fueron seleccionados en base a liderazgo, potencialidad económica, etc.

El lanzamiento del Programa de Encadenamientos fue muy importante para darlo a conocer al público en general lo que pretendemos como equipo y gracias al apoyo de USAID llevarlos al sector de los negocios y las exportaciones.

Los procesos de pre-inversión se iniciaron ya con un grupo de Sololá para iniciar una relación comercial con un exportador de mini-vegetales y con clientes en USA y Europa.

En la parte de Inteligencia de Mercados, los miembros del Equipo Técnico de Encadenamientos han participado desde seminarios hasta un diplomado en exportación.

La planificación estratégica del equipo ha madurado y se empezará el año a todo vapor para cumplir con las metas establecidas en el plan operativo 2,007.

En la parte de la ejecución presupuestaria, todo ha sido ejecutado según programación.

Se pretende lanzar en el próximo trimestre la plataforma de gestión del Programa en donde estarán incluidos todos los formatos tanto técnicos como administrativos y podrán ser consultados todos los datos importantes, así como el status y avances de cada encadenamiento.

También se tendrán todos los encadenamientos aprobados entre los 12 grupos seleccionados y los compradores identificados e interesados en encadenarse.

## Anexo 1. Lista de Grupos Identificados

No.	Grupo	Nombre	Ubicación	Departamento	Socios Actuales	Mujeres
10	ADIBOC	Asociación para el Desarrollo Integral de la Boca Costa	Caserío Panoja, Aldea Xojola, Nahuala.	Sololá	200	9
15	Mujeres de Chuacanac, Sololá	Mujeres de Chuacanac, Sololá	Cantón Chuacanac, Panyebar, San Juan La Laguna	Sololá	33	33
16	Artesanía Santiago Atitlán	Artesanía Santiago Atitlán	Calle Santander, Panajachel, CC Tinamit Maya local A6	Sololá	60	60
17	Mujeres para el desarrollo de Panyebar	Mujeres para el desarrollo de Panyebar	Aldea Panyebar, San Juan La Laguna, Sololá	Sololá	33	33
18	Mi Bello San Juan	Mi Bello San Juan	Albergues Temporales, San Juan La Laguna	Sololá	55	55
19	Mujeres de Pasajquim, Sololá	Mujeres de Pasajquim, Sololá	Aldea Pasajquim, San Juan La Laguna	Sololá	32	32
20	Mujeres de Chofiero, Sololá	Mujeres de Chofiero, Sololá	Caserío Chofiero, San Juan La Laguna	Sololá	32	32
21	Asociación de Investigación para el Desarrollo e Innovación de San Antonio Palopó	Asociación de Investigación para el Desarrollo e Innovación de San Antonio Palopó	Barrio Estíos, San Antonio Palopó	Sololá	100	100
22	Asociación Lema	Asociación Lema	2da. Av. 4-34 Zona 1, San Juan la Laguna, Sololá	Sololá	15	15
23	Asociación de Artesanas de San Juan	Asociación de Artesanas de San Juan	8 Av. 6-20 Zona 2 San Juan La Laguna, Sololá	Sololá	100	95
24	Asociación de Fabricantes de Calzado de San Pedro, San Marcos	Asociación de Fabricantes de Calzado de San Pedro, San Marcos	San Pedro, San Marcos	San Marcos	11	0
25	ADICTA - Mujeres de Campachan	Asociación para el desarrollo integral de Concepción Tutuapa	2av. 2-31 Zona 1 Tejutla, San Marcos	San Marcos	20	20
26	FEDEPAL	Federación del Pueblo Maya	Santiago Atitlán	Sololá	500	135
27	Adensa	Asociación de Desarrollo Nimajuyú San Pedrano	San Pedro La Laguna	Sololá	67	15
33	ECA - Emmanuel	Empresa Campesina Agraria Emmanuel	Nuevo Progreso, San Marcos	San Marcos	200	21
34	UCAPEM	Unión de Cooperativas y Asociaciones de Productores Ecológicos Marquenses	San Pablo.	San Marcos	500	36
35	Desarrollo Integral de San Lucas Tolimán	Desarrollo Integral de San Lucas Tolimán	San Lucas Tolimán, Frente al Parque Central, Sololá	Sololá	26	7
36	AGEMA	Asociación Generación de Maíz - AGEMA-	Barrio Choruz, Sta. Catarina Ixtahuacán	Sololá	488	244
37	Productores Artesanales del Pueblo de Nahuala	Productores Artesanales del Pueblo de Nahuala	3 Calle 3-51 Zona 1 Nahuala	Sololá	45	37
38	ASODIMI	Caficultores de la Asociación de Desarrollo Integral Mam Isnulence	Escuela Oficial Rural Mixta de Isnul, San Pedro Necta	Huehuetenango	1450	100
39	Miel ASODESI	Productores de Miel de Asociación de Desarrollo Integral	Calle Principal San Pedro Necta	Huehuetenango	250	75
40	Productores de Chiá	Productores de Chiá	Faldas del Tolimán y del Pacaya	Sololá	200	100
41	ASAEDI	Asociación Agropecuaria Educativa Integral - ASAEDI-	San Gaspar chischil	Huehuetenango	42	17
42	Asociación de Desarrollo Comunitario Gasparence	Asociación de Desarrollo Comunitario Gasparence	San Gaspar ixchil	Huehuetenango	80	7
43	Asociación de Productores Agropecuarios y Artesanales Chiantlecos	Asociación de Productores Agropecuarios y Artesanales Chiantlecos	7calle 11-72 Zona 2 Chiantla	Huehuetenango	15	3
44	COCODE - Ocubilá	Consejos Comunitarios de Desarrollo - Ocubilá	Aldea Ocubilá, Cantón el Centro	Huehuetenango	47	47
45	ASDIC	Asociación de Dirigentes Comunitarios	Cantón El Naranjo, san Antonio Palopó	Sololá	70	10
46	Jóvenes en la Misión JEM-Cooperativa Integral Unión y Progreso	Jóvenes en la Misión JEM-Cooperativa Integral Unión y Progreso	Cantón San Pablo, Tacana	San Marcos	74	2
47	APROT	Asociación Pro - Adquisición de Tierras	Catarina San Marcos, Finca Nuevo Paraíso cruce en km 261	San Marcos	320	160
48	Asociación de Usuarios de Riego Nicá	Asociación de Usuarios de Riego Nicá	Aldea Nicá, Malacatán	San Marcos	205	50
49	COMAPI	Comercializadora de Productos Apícolas diferenciados	Malacatán San Marcos y Ciudad de Guatemala	San Marcos y Guatemala	132	16
50	AMMID	Asociación Mayan de Investigación y Desarrollo	Comitancillo, San Marcos	San Marcos	658	563
51	Corazón del Bosque	Asociación la Guadalupeana	San Lucía Utilán.	Sololá	74	26

## **Anexo 2. Lista de Grupos seleccionados**